

La dificultat del compromís periodístic al País Basc

Discurs de José Antonio Zarzalejos en rebre el premi FAPE i cessar en la direcció d'El Correo

No és gens freqüent que el director d'un diari amb èxit en el mercat, que té tota la confiança de l'empresa i només amb 43 anys, renunciï al càrrec. És el cas de José Antonio Zarzalejos, director del periòdic de Bilbao *El Correo* fins al 14 de gener passat; aquella nit deixava el mitjà que ha arribat sota la seva direcció a una difusió diària de 135.000 exemplars. Dos de cada tres diaris que es venen a les demarcacions provincials de Biscaia i Àlaba porten la capçalera d'*El Correo*, proporció que es manté en el conjunt d'Euskadi amb *El Diario Vasco*, editat a Donostia, que pertany al mateix grup editor.

El cas de la renúncia és tan excepcional que només es pot entendre en el context del conflicte basc. Zarzalejos i la seva família són persones amenaçades per ETA i en la seva situació el més prudent era plegar. Les empreses poden demanar professionalitat i dedicació, però mai heroisme. Amb residència a Madrid, ara exerceix la direcció editorial del grup, que, amb deu diaris de la seva propietat, és el més influent en el conjunt d'Espanya, des

d'Andalusia fins a Galícia i Euskadi, passant per Castella, amb una difusió diària de 502.000 exemplars. El càrrec és important, però no permet el contacte directe amb el lector, cosa a la qual sempre és difícil de renunciar, per a un periodista.

La casualitat va voler que el seu últim dia com a director d'*El Correo* rebés a Santander el premi de periodisme de la Federació d'Associacions de la Premsa d'Espanya (FAPE), que celebrava a la capital de Cantàbria, on va ser fundada, el seu 75è aniversari. De l'acte n'ha quedat un discurs de comiat en què es denuncien amb claredat els problemes a què s'ha d'enfrontar la professió periodística i que constitueix tota una lliçó d'ètica. Amb tocs d'atenció als poders públics —que tendeixen a interferir en les tasques informatives—, als nostres excessos en l'exercici de la professió i a la societat, i en defensa de les llibertats d'informació i expressió, Zarzalejos transmet un valuós missatge, que *Capçalera* reproduceix a continuació.

— “Creiem en una societat oberta al mestissatge, que faci de la legítima diferència senyal d'identitat però també de capacitat d'integració” —

—José Antonio Zarzalejos—

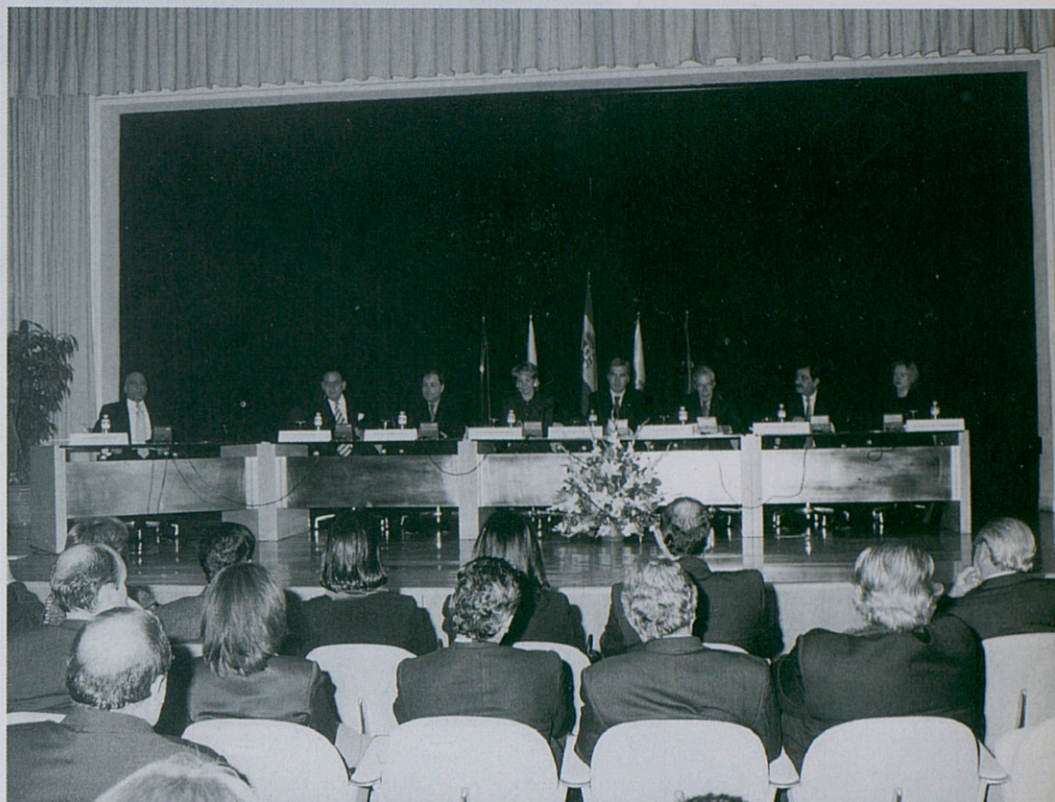
Des del grup Correo, i més específicament des d'*El Correo* i *El Diario Vasco*, els conceptes de responsabilitat, de deontologia i de referència convivencial ens preocupen de manera singular. Perquè ens adrecem a una societat castigada amb el sectarisme i el fanatisme, escindida en la seva identitat nacional, bifurcada en el seu patrimoni cultural i amb greus incògnites sobre el seu futur. En aquest context, la premsa basca del grup Correo, l'índex de penetració de la qual arriba a més del setanta-cinc per cent en aquella comunitat autònoma, té ben traçats els seus objectius.

Volem servir la informació des del rigor i sense confondre els fets amb la propaganda, ni la raspallada amb el discurs polític; apostem pels valors en què creiem, amb receptivitat respecte als que puguin resultar discrepants, sense admetre com a tals els que preconitzen la violència, el xantatge, la destrucció, el nihilisme o la desintegració de la societat basca; procurem la flexibilitat, sense doblegar-nos en els nostres principis, i conjuguem, o ho pretenem, la pluralitat d'opinió amb la claredat de les nostres preses de posició editorials, encara que aquestes, aparentment, no siguin les dominants sociològicament.

L'acceptació dels nostres mitjans en el País Basc remet necessàriament a reflexions més profundes que ara resulta difícil, i potser extemporani, relatar. Però que té a veure amb un fons permanent de la nostra cultura editorial: el compromís sostingut amb els valors positius de l'home i de la societat; amb el tarannà no dogmàtic però sí ferm de les nostres conviccions, que vigilem que no viciïn de sectarisme la informació; amb la seguretat que, en tant que mitjans bascos, i per això amb una projecció generosa, àmplia i solidària d'Espanya, ens identifiquem amb els interessos del País Basc, no només perquè són els propis, sinó també perquè els concebem com a patrimoni de tots els espanyols. En definitiva, perquè sintetitzem sense conflicte, amb naturalitat, la identitat basca amb l'espanyola en un projecte contemporani que ens ha de conduir a una societat basca en llibertat, porosa a tots les corrents d'opinió, oberta al mestissatge, que faci de la legítima diferència senyal d'identitat, per descomptat, però també de capacitat d'integració.

El periodisme és compromís

Naturalment aquest plantejament no és al País Basc el més còmode dels possibles. Diria fins i tot que és vist, per les minories fanàtiques, com el pitjor dels quintacolumnismes perquè la seva tasca destructora arribi a quallar. Però per mandat fundacional i per voluntat actualitzada, el paper dels mitjans del grup Correo a Euskadi és aquest i no un altre. L'alternativa seria deixar la



societat basca sense uns elements de referència cívica i democràtica que, ara per ara, són estrictament necessaris. D'aquí que els nostres periòdics aglutinin corrents d'opinió diferents però que convergeixen en finalitats constructives; d'aquí que extremem quantitativament i qualitativament la informació; d'aquí que incorporem les noves tecnologies i d'aquí que invertim en recursos humans de manera decidida. Si no ho féssim, o més exactament, si no aspiréssim cada dia al lideratge, no estariem complint la nostra comesa.

El periodisme, i poc ho he d'argumentar davant aquest auditori, és un compromís o no és periodisme. Allò que qualifica aquest compromís en el País Basc és la seva dificultat; és el seu veïnatge habitual amb la tragèdia; és la seva instal·lació en una convivència electritzada per discrepàncies de fons; és la necessitat de propiciar diàlegs i no contribuir a la crispació. I és, també, un compromís d'esperança en una societat que planteja enormes realitats positives d'un altre ordre; que produeix intel·lectuals i professionals de primera línia; que enregistra un ressorgiment cultural quasi prodigiós; que manté viu el seu esperit emprenedor i que només necessita oportunitats, potser com les de juliol de 1997, per demostrar que creu en el seu futur malgrat les incògnites que s'endevinen en l'horitzó.

Deia que el periodisme és un compromís. Però un compromís amb què? Senzillament, un compromís amb comportaments professionals, tant empresarials com editorials, fins i tot diria

Taula presidencial de l'acte de concessió dels premis FAPE de periodisme, el primer dels quals fou atorgat a José Antonio Zarzalejos. En rebre'l, i després d'unes paraules d'agraïment, va pronunciar el discurs que reproduïm en aquestes planes.

— **“Volem servir la informació sense confondre els fets amb la propaganda, ni la raspallada amb el discurs polític”** —



José Antonio Zarzalejos

—i ho dic— personals, que reportin credibilitat. I només hi ha credibilitat des de la responsabilitat i des d'un depurat sentit dels valors deontològics de la comunicació. Si tenim en compte que, en societats plenament normalitzades com és l'espanyola —llevat de les convulsions terroristes—, la comunicació és ara per ara l'autèntica universitat dels ciutadans, caldrà proclamar amb una mica més de convicció que l'actual que el nostre, el de la comunicació, és un negoci, però que és un negoci amb consciència.

La consciència té, ha de tenir, escrúpols, i no caure en una relativització ètica constant. Si l'estima social dels mitjans d'informació és el que els constitueix en contrapoder, en contrastos útils enfront dels excessos, en instruments de conscienciació col·lectiva, perdre aquesta credibilitat, més o menys conscientment, amb actituds o polítiques informatives exitoses però conjunturals, ens portaria a una situació de la qual ens costaria recuperar-nos.

La credibilitat

La credibilitat és un concepte que en la seva definició, a més d'afirmacions, conté negacions, és a dir, que indica el que els mitjans i els professionals no han i no hem de fer per poder mantenir-la i augmentar-la. Els mitjans i els periodistes no hem d'incórrer en suplantacions perquè no som jutges per emetre sentències, ni legisladors per promulgar lleis, ni govern per prendre decisions que a aquest corresponen. Els mitjans i els professionals no poden, no podem, posar en venda allò barroer, groller, matusser o escabrós per assegurar repercussió i polèmica.

Els mitjans i els professionals no poden, no podem, construir unes relacions de competència, empresarial i personal, sobre l'insult, la maledicència o la instrumentalització de la intimitat aliena. Els mitjans i els professionals no poden, no podem, establir relacions amb el poder en què l'afinitat o la discrepància es converteixin en sectarisme primari que desfiguri la realitat de les coses amb greu dany a la veritat en la mesura en què aquesta resulti fàctica i comprobable.

Si, com sembla, som a les portes de la comunicació total, el compromís militant del periodisme, des d'un punt de vista ètic, augmenta. Serà important que una adequada formació humanística de professionals incorporats a empreses de comunicació amb vocació de permanència —no, per tant, empreses tàctiques i oportunistes, constituïdes *ad hoc*— supleixi amb bon criteri, amb vigor i amb rigor, l'absència de referències que aquesta invasió mediàtica propiciarà a través de la tecnologia digital, el cable o el periodisme electrònic, i que racionalitzi una competitivitat que de vegades es transforma en un intercanvi de despropòsits ètics i estètics.

En definitiva, i acabo, crec modestament i humilment que és necessari a Espanya un assentament del sector de la comunicació en tots els seus vessants. Assentament que implica, al meu entendre, algunes coses òbvies però que no resulta repetitiu esmentar.

L'intervencionisme governamental

Primer, que els poders públics, i en particular el Govern democràtic, sigui del signe que sigui, moderi els seus impulsos intervencionistes i assumeixi que l'afinitat dels mitjans ha de produir-se des de la seva independència, així com que la discrepància no mereix represàlia. I per descomptat, assumint també el principi de mínima normativització del sector. Segon, que les relacions de competència entre mitjans i professionals es normalitzin des de l'esforç del sector mateix, sense interferències alienes, sigui amb organismes de conciliació o d'altra naturalesa. A aquest efecte, els professionals del periodisme hem de fomentar l'associacionisme, per a la qual cosa disposem d'instruments tan prestigiosos, útils i integradors com la Federació d'Associacions de la Premsa. L'alternativa serà una professió dèbil i desvertebrada en la defensa dels seus interessos. Tercer, que els editors assumeixin també la seva responsabilitat i sàpiguen respondre amb altura als interessos, no sempre conciliables, editorials i mercantils, acotant l'intrusisme en el camp audiovisual —un *showman* no és un periodista— i exigint determinats nivells en els continguts de les programacions. Quart i últim, entre molts altres, que la professió periodística es dignifiqui, tant pels nostres propis comportaments personals i professionals com per la difusió social del paper que té en democràcia ●

— “La comunicació, ara per ara l'autèntica universitat dels ciutadans, és un negoci, però un negoci amb consciència” —